

*Neue Arbeitsfelder erschließen sich Mitarbeiter von Wiesbadener Betrieben bei „Wiesbaden engagiert“, etwa bei der Johannes-Maaß-Schule oder beim Kinderbauernhof. Der Aktionstag macht deutlich, wie vielfältig die Formen von unternehmerischem Engagement in Wiesbaden und der Region sind.*  
Foto: Michael Link, Photo & CGD GmbH



## Engagement in der Region: noch ein Gewinner mehr

**Immer mehr Unternehmen engagieren sich für gesellschaftliche Aufgaben – Corporate Citizenship breitet sich aus. Über regionale Ausprägungen und Auswirkungen von Corporate Citizenship gibt es bislang kaum Erkenntnisse, obwohl die Bedeutung von Regionen und Städten besonders angesichts der Globalisierung zunimmt. Eine Studie hat nun das Rhein-Main-Gebiet in den Blick genommen und zeigt, wie sich Betriebe hier engagieren.**

Der globale Wettbewerb wird heute in erster Linie zwischen Metropolregionen ausgetragen. In diesem Wettbewerb kommt es zunehmend auf die so genannten weichen Standortfaktoren an. Dies sind weniger die unternehmensrelevanten, sondern mehr die mitarbeiterbezogenen Qualitäten eines Standorts, also Eigenschaften, die Lebensqualität ausmachen: Eine hochwertige Ausstattung mit Wohn-, Kultur- sowie Freizeit- und Bildungsangeboten, aber auch soziale Infrastruktur und nicht zuletzt das Image sind Punkte, die von vielen Unternehmen mittlerweile als harte Standortfaktoren angesehen werden. Diese bieten sich besonders für Corporate Citizenship-Projekte an.

Eine eigene Unternehmensbefragung im Rhein-Main-Gebiet zum Engagement der hiesigen Betriebe liefert anschauliche Belege, wie verbreitet Corporate Citizenship in der Metropolregion ist. Gleichzeitig zeigt sie Vorteile und

Perspektiven des lokalen und regionalen Engagements auf. Die Formen des Engagements in der Region sind vielfältig. Dabei überwiegen traditionelle Formen wie Sponsoring, Mäzenatentum oder Spenden. Corporate Citizenship ist nur selten strategisch entwickelt. Außerdem richten die Betriebe ihr Engagement räumlich sehr unterschiedlich aus: Es ist lokal beziehungsweise regional am eigenen Standort gebündelt oder international beziehungsweise global verteilt.

Aus den Ergebnissen der Studie lassen sich direkt Handlungsansätze für die unternehmerische Praxis ableiten. Für Unternehmen bietet es sich an, mit einer Bestandsaufnahme und Analyse der bisherigen, traditionellen, organisch gewachsenen Aktivitäten zu beginnen, die meist zahlreicher und vielfältiger sind, als es auf den ersten Blick scheint. Die Studie zeigt, dass Unternehmen auf vorhandenen Strukturen aufbauen können und kaum jemand bei

*Wer Sprachen spricht, hat schon gewonnen.*

inlingua Wiesbaden  
Friedrichstraße 31-33  
65185 Wiesbaden

www.inlingua-wiesbaden.de  
wiesbaden@inlingua.de  
Telefon 0611 / 37 30 05



Null anfangen muss. Im zweiten Schritt gilt es, das Engagement zu optimieren. In strategischer Hinsicht bedeutet das, die Kriterien des Corporate Citizenship zu überprüfen: Werden die eigenen spezifischen Kompetenzen bereits ausgeschöpft? Welches Thema, welcher Partner passt zur eigenen Firma? Lassen sich vorhandene singuläre Aktivitäten bündeln und mit einem klaren Profil besser kommunizieren? In regionaler Hinsicht kann ebenfalls optimiert werden: Ist die räumliche Verteilung des Engagements kongruent zur räumlichen Aufstellung des Unternehmens? Welche Bedeutung hat der unmittelbare Standort und lassen sich dort Partner für Corporate Citizenship-Projekte finden?

Unternehmen, die Corporate Citizenship voll entwickeln wollen, gehen dann den Schritt vom Corporate Giving zum Corporate Volunteering – vom Spenden zum Mitarbeiterengagement – und beziehen ihre Beschäftigten in den Prozess ein. Ein Anfang dazu kann beispielsweise ein Aktionstag sein, an dem die Kollegen gemeinsam in einer sozialen Einrichtung ehrenamtlich arbeiten. Die meisten befragten Unternehmen haben diesen Schritt bislang noch nicht getan, einige wollen grundsätzlich darauf verzichten, ihre Beschäftigten einzubeziehen, andere arbeiten gegenwärtig differenzierte Konzepte dafür aus. Viele der in der Rhein-Main-Region untersuchten Beispiele bestätigen, dass es für Unternehmen, die sich gesellschaftlich engagieren, gute Gründe gibt, dies im direkten räumlichen Umfeld zu

tun. Dadurch gewinnt nicht nur die Zielgruppe – seien es Kinder, Konzertbesucher oder Obdachlose –, sondern indirekt und langfristig profitieren auch der jeweilige Standort und die Region; es werden örtliche Standortbedingungen verbessert, die den Unternehmen im Wettbewerb der Regionen Vorteile verschaffen. Wenn Corporate Citizenship eine Win-Win-Situation darstellt, bietet Regional Corporate Citizenship eine Win-Win-Win-Situation – noch ein Gewinner mehr.

**Text: Dr. Robert Fischer, Eurosystem GmbH Heidelberg**  
**r.fischer@eurosystem.com**

Der Autor hat 2007 das Buch „Regionales Corporate Citizenship: gesellschaftlich engagierte Unternehmen in der Metropolregion Frankfurt/Rhein-Main“ in der Reihe Rhein-Mainische Forschungen (Band 127) veröffentlicht. Er ist Mitgründer des Corporate Citizenship Clubs Rhein-Main.

**Corporate Citizenship (CC)**

In Deutschland als „Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen“ übersetzt. Innerhalb des übergreifenden CSR-Konzepts ist Corporate Citizenship mit dem Handlungsfeld „Gemeinwesen“ gleichzusetzen.

Quelle: Initiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ)



Landeshauptstadt Wiesbaden  
 Engagierter Wirtschaftsstandort  
 Lebendig & zukunftsfähig

Bildquelle: Michael Link Photo CGD GmbH

LANDESHAUPTSTADT

„Die R+V Versicherung engagiert sich in der Johannes-Maaß-Schule, weil Kinder unsere Zukunft sind!“

*Carsten Maiwal, Personalleiter R+V Versicherung AG, Wiesbaden*

„Watson Wyatt Heissmann engagiert sich, weil wir stolz auf unseren Standort Wiesbaden sind.“

*Dr. Boy-Jürgen Andresen,  
 Vorsitzender der Geschäftsführung der Watson Wyatt Heissmann GmbH, Wiesbaden*

*Statements zum Aktionstag „Wiesbaden Engagiert 2007“*

Kooperationspartner von „Wiesbaden Engagiert!“:

Ihre  
**Wirtschaftsförderung Wiesbaden**

+49(0) 611 - 31 31 31

Eine ganz sichere Verbindung  
 von 8-18 Uhr



[www.wiesbaden.de](http://www.wiesbaden.de)